



Munich Personal RePEc Archive

Circus attendance in Italy: the case of Acquatico Bellucci

Del Sarto, Alessio and Zanola, Roberto
University of Torino - EBLA Center

May 2007

Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/3409/>
MPRA Paper No. 3409, posted 07. November 2007 / 03:11



Via Po, 53 – 10124 Torino (Italy)
Tel. (+39) 011 6704917 - Fax (+39) 011 6703859
URL: <http://www.eblacenter.unito.it/>

WORKING PAPER SERIES

IL PUBBLICO DI CIRCO IN ITALIA: IL CASO DELL'ACQUATICO BELLUCCI

Alessio Del Sarto e Roberto Zanola

Dipartimento di Economia "S. Cagnetti de Martiis"

International Centre for Research on the
Economics of Culture, Institutions, and Creativity
(EBLA)

Working paper No. 11/2007



Università di Torino

Il pubblico di circo in Italia: il caso dell'Acquatico Bellucci⁺

A.Del Sarto e R.Zanola^{*}

ABSTRACT

Nonostante il circo rappresenti una delle forme più antiche di spettacolo dal vivo, l'economia della cultura ha praticamente ignorato questo tema. Duplice la causa: da una parte lo spettacolo circense è apparso (erroneamente) marginale nel complesso delle performing arts; dall'altra l'estrema difficoltà nel reperire dati a partire dai quali effettuare delle analisi quantitative. Lo scopo di questo lavoro è di rimediare in qualche misura a questa carenza informativa attraverso l'analisi delle caratteristiche del pubblico di spettacoli circensi in Italia. A questo proposito, sono stati sottomessi 268 questionari al pubblico del circo Acquatico Bellucci durante un tappa della tournée 2007 presso la città di Alessandria. Attraverso l'analisi delle risposte è stato possibile individuare il profilo socio-demografico del pubblico di circo, le preferenze e le caratteristiche della spesa effettiva e dichiarata del campione.

JEL classification: Z1.

Key words: circo; performing arts; pubblico; spettacolo; questionario.

⁺ Si ringrazia Sandy Medini per la disponibilità dimostrata e più in generale l'Acquatico Bellucci per l'entusiasmo e l'interesse con cui ha aderito a questo progetto di ricerca. Ogni errore e omissione è da imputarsi unicamente agli autori.

^{*} *Corresponding author:* Dipartimento di Politiche Pubbliche e Scelte Collettive, Università del Piemonte Orientale, Via Cavour 84, 15100 Alessandria. e-mail: roberto.zanola@unipmn.it

1. Introduzione

Quella circense è da sempre riconosciuta come una delle arti tradizionali per eccellenza. I suoi saltimbanchi, illusionisti e artisti di strada segnano con la loro presenza il percorso socio culturale del nostro paese e non solo ormai da diversi secoli. Il circo fonda le sue radici proprio in Italia quando, 2000 anni fa, all'epoca dell'impero romano, le grandi arene monumentali vedevano l'attuarsi delle prime esibizioni di animali esotici e di personaggi (maggiormente caratterizzati da anomalie fisiche piuttosto che da abilità particolari). Con il passare dei secoli questa attività si diffuse per l'Europa e, successivamente, divenne un fenomeno a livello mondiale. Con le dovute differenze legate alle diverse tradizioni locali, il circo si trasformò da spettacolo di tipo stanziale a spettacolo viaggiante. Contemporaneamente, gli spettacoli subirono un'evoluzione dall'esibizione di stravaganze umane e di animali esotici, alla proposizione di abilità e di show più complessi (Dupavillon, 1982). Di più, lo sviluppo del circo ha in qualche misura pervaso le altre forme di spettacolo, che hanno iniziato ad incorporare le capacità circensi nei propri spettacoli, in particolare il teatro e la danza (Serena e Ziethen, 2002; Micklem, 2006).

Nonostante il circo, dunque, rappresenti una delle forme di spettacolo dal vivo di più lunga tradizione, tuttavia l'economia della cultura ha praticamente ignorato questo tema. Tra le possibili cause di questo mancato sviluppo della letteratura economica ve ne sono in particolare due. Da una parte lo spettacolo circense è apparso marginale nel complesso delle performing arts, erroneamente aggiungiamo noi. Infatti, lo stesso parlamento europeo ha recentemente adottato una risoluzione in cui si chiede agli stati membri di porre in atto tutte le iniziative necessarie per promuovere il circo come parte integrante della cultura europea (European Parliament, 2003; HorsLesMurs, 2006). Dall'altra esiste una oggettiva difficoltà a reperire dati quantitativi a partire dai quali poter procedere ad analisi standard in ambito della disciplina¹. A questo proposito, il lavoro qui proposto rappresenta una novità, resa possibile dall'interesse e la disponibilità dimostrata dalla famiglia Bellucci-Medini proprietaria dell'Acquatico Bellucci.

Lo scopo di questo lavoro, infatti, è di rimediare in qualche misura a questa carenza informativa attraverso l'analisi delle caratteristiche del pubblico di spettacoli circensi in Italia. A tale fine sono stati sottomessi 268 questionari al pubblico dell'Acquatico Bellucci durante un tappa della tournée 2007 presso la città di Alessandria. Attraverso l'analisi delle risposte è stato possibile individuare il

¹ In Italia l'unica eccezione è rappresentata da un'indagine campionaria effettuata dal CIRM sulle aspettative del pubblico italiano rispetto al circo (CIRM, 2000).

profilo socio-demografico del pubblico di circo, le preferenze e le caratteristiche della spesa effettiva del campione.

Il resto dell'articolo è così organizzato. Nel paragrafo 2 presentiamo una breve descrizione del circo in Italia oggi. Il paragrafo 3 presenta le caratteristiche del questionario utilizzato per la raccolta di informazioni. Nel paragrafo 4 vengono illustrati gli esiti delle risposte, strutturati in tre distinte aree di analisi: le caratteristiche generali degli intervistati; le preferenze espresse dai fruitori del circo; e la spesa effettiva sostenuta dal campione. Il paragrafo 5 conclude.

2. Il circo in Italia

In Italia sono presenti molte realtà circensi il cui numero è rimasto sostanzialmente immutato nel corso degli ultimi anni, pur con significative trasformazioni². A seconda dei periodi, la quantità di circhi effettivamente operanti sul territorio nazionale oscilla tra le 75 e le 120 unità circa. In particolare, i circhi di medie/grandi dimensioni sono soliti concentrare la loro attività nazionale durante il periodo invernale (settembre-aprile), operando in altri paesi europei o nord-africani durante i mesi estivi. Per contro, sono presenti sul territorio nazionale una pletora di realtà di piccole (e piccolissime) dimensioni che concentrano la loro attività in Italia perlopiù nel periodo estivo, per poi interromperla durante la restante parte dell'anno.

I circhi di maggiori dimensioni, che fanno riferimento ad un numero limitato di famiglie proprietarie³, sono delle vere e proprie medie imprese il cui organico in alcuni casi supera il centinaio di unità e che esprimono una spiccata capacità imprenditoriale che si articola nella costruzione e nell'aggiornamento degli spettacoli proposti, nella presenza sui mercati esteri e nello sviluppo di un indotto (tecnostutture; consulenze e servizi a circhi minori; scuole di circo; etc.). A queste realtà aziendali di fascia alta, tuttavia, si contrappongono i circhi più piccoli e stagionali che, al contrario, spesso viaggiano con mezzi vecchi e propongono spettacoli poco aggiornati di anno in anno. In tutti i casi il ruolo delle famiglie cui fa capo il circo è spesso fondamentale nella vita del circo stesso, essendo i componenti stessi della famiglia, anche in una dimensione allargata, impegnati direttamente o indirettamente nella realizzazione dello spettacolo.

La Tabella 1 riporta la composizione degli spettacoli dei principali circhi operanti in Italia nel 2006, organizzati per specialità⁴.

² Nel corso degli anni sono stati chiusi significativi complessi circensi (tra gli altri il Florilegio di Darix Togni, il circo Liana Nando Rinaldo Orfei, etc.) .

³ Bellucci (circo Embell-Riva), Casartelli (circo Medrano), Errani, Orfei-Nones (circo Moira Orfei), Nando Orfei (circo Nando Orfei-Errani), Riva (circo Embell-Riva), Togni (circo Americano).

⁴ La tradizione classificazione di Burgess (1974) è stata qui integrata per tener conto dei numeri recentemente introdotti nella tradizione circense.

[Tabella 1]

La percentuale di numeri direttamente gestiti dalle famiglie varia dall'assenza totale nel caso del circo di Mosca, peraltro non riconducibile ad una singola famiglia circense, a un valore prossimo al 50% dell'intero spettacolo. I clown sono presenti in pressoché tutti i circhi con una funzione di unione dei singoli numeri, mentre il dato in tabella si riferisce a specifici numeri di clown previsti nel programma. Infine un dato interessante è il peso dei numeri con animali, il cui valore varia dal 20% al 50% del complesso dei numeri.

3. Il questionario

L'obiettivo di questo lavoro è l'analisi della domanda di circo a partire dall'analisi dei questionari sottomessi nell'aprile 2007 agli spettatori del circo Acquatico Bellucci durante la tappa presso la Città di Alessandria.⁵ Il circo Acquatico Bellucci, nato nel 2002, si pone in una posizione intermedia all'interno dello scenario descritto nel paragrafo precedente. Infatti, se da una parte presenta una dimensione intermedia (200 poltrone e 550 posti in tribuna), tuttavia è accomunabile ai grandi circhi sotto il profilo imprenditoriale, sia per la cura dedicata alla costruzione dello spettacolo⁶ che per la vocazione all'internazionalizzazione. L'Acquatico Bellucci è in Italia circa 7 mesi all'anno, con una permanenza che va dai 4-5 giorni nelle piazze minori fino ad arrivare ai 15 giorni delle piazze di dimensioni maggiori, con una media di 2 spettacoli e in media circa 300 spettatori giornalieri.

La scelta del questionario è stata dettata dall'opportunità di acquisire informazioni sugli spettatori di circo resa possibile dalla disponibilità e l'interesse con il quale la famiglia Bellucci-Medini ha aderito a questa iniziativa di ricerca. In particolare, nel corso di sei differenti spettacoli, distribuiti uniformemente tra pomeridiani, serali e festivi, in modo da cogliere l'eterogeneità di pubblico che caratterizza la fruizione dello spettacolo circense in momenti diversi, sono stati sottomessi 268 questionari. Il questionario, auto-compilato durante gli intervalli dello spettacolo, è composto da 12 domande, riconducibile a tre distinte aree di analisi⁷: le caratteristiche generali degli intervistati; le preferenze espresse dai fruitori del circo; e infine la spesa effettivamente sostenuta dal campione sia

⁵ L'Acquatico Bellucci ha fatto tappa nella Città di Alessandria dall'1 al 10 aprile 2007.

⁶ Come evidenziato precedentemente, le famiglie proprietarie dei circhi sono direttamente coinvolte a vario titolo nella costruzione degli spettacoli, ruolo che diventa progressivamente prioritario al diminuire della dimensione del circo stesso. Nel caso dell'Acquatico Bellucci la direttrice artistica è Loredana Bellucci, Mario Medini è l'addestratore e le figlie Sandy e Jennifer sono impegnate in numeri di tessuti, antipodismo, equilibrismo e con animali, cui si affiancano un numero limitato di altri professionisti.

⁷ In Appendice il questionario completo.

in termini di spesa effettiva per l'acquisto dei biglietti che di spesa accessoria (fotografie, visita allo zoo, zucchero filato, etc.).

4. Analisi delle risposte

In questo paragrafo riportiamo l'esito delle risposte alle domande formulate nel questionario, strutturate nelle tre diverse aree.

4.1. Il campione

La Tabella 2 riporta le principali caratteristiche del campione intervistato in termini di genere, fasce di età e professione.

[Tabella 2]

La distribuzione degli spettatori per genere è sostanzialmente equilibrata tra uomini e donne. Per quanto riguarda le fasce d'età più rappresentate sono quelle tra i 26-35 e 36-45, quelle più coinvolte ad accompagnare i propri figli. A conferma del ruolo dei figli nell'indurre gli adulti a consumare lo spettacolo circense poco meno del 40% degli intervistati dichiara di essersi recato al circo con figli e/o nipoti⁸. La professione degli spettatori è varia, con una sensibile presenza di operai e impiegati, seguiti da imprenditori e liberi professionisti. Diversamente da quanto ci si potrebbe attendere per gli spettacoli circensi, tuttavia, risulta bassa la percentuale di pensionati, il più delle volte impegnati ad accompagnare i propri nipoti al circo.

La provenienza degli spettatori è soprattutto urbana, quasi il 70%, mentre il restante 30% proviene dai comuni limitrofi. Questo dato evidenzia una caratteristica importante dello spettacolo circense: con l'eccezione dei capoluoghi di regione, il circo deve necessariamente andare a cercare la propria clientela nei comuni di residenza piuttosto che attirarla verso località centro-zona. I rischi, peraltro, di sovra-esposizione nei confronti di un bacino di utenza limitato sono, almeno nel caso della piazza oggetto di analisi, limitati. Solo il 15% degli intervistati, infatti, ha dichiarato di aver assistito al circo Ringo, che si era esibito nella città di Alessandria solo un mese prima dell'arrivo dell'Acquatico Bellucci.

Al fine di capire qual è la percentuale di pubblico non occasionale, agli intervistati è stato chiesto quante volte si sono recati al circo negli ultimi tre anni. Circa il 40% degli spettatori intervistati risulta fruitore sporadico di attività circensi; il 23% dice di essersi recato al circo 1 volta; il 16% si è

⁸ Il questionario non è stato somministrato agli individui inferiori ai 18 anni. Tuttavia, è stato esplicitamente chiesto se gli intervistati abbiano o meno accompagnato figli e/o nipoti al circo.

recato 2 volte; il 10% ha assistito a 3 spettacoli; e solo l'8% è uno spettatore assiduo, essendosi recati più di 3 volte negli ultimi 3 anni.

4.2. Le preferenze

La Tabella 3 riassume le motivazioni che hanno spinto gli intervistati a recarsi al circo. Quasi il 50% degli intervistati dichiara di recarsi al circo per accompagnare i figli e/o i nipoti⁹, mentre poco meno del 20% dichiara di recarsi ad assistere a questo genere di intrattenimento per piacere personale.

[Tabella 3]

Di particolare interesse, anche alla luce del dibattito corrente sull'evoluzione possibile dello spettacolo circense (Albrecht, 2006), è la domanda relativa alle preferenze degli intervistati sui singoli numeri circensi. E' utile qui ricordare che la domanda non è stata posta sullo specifico spettacolo dell'Acquatico Bellucci, ma ha un valore generale. Tuttavia, avendo somministrato il questionario nell'intervallo, è possibile che, in qualche misura, la risposta sia stata influenzata dalla visione della prima parte dello spettacolo. La Tabella 4 riassume i dati.

[Tabella 4]

Il numero che risulta più apprezzato dal campione intervistato è rappresentato dai trapezisti, seguiti dai numeri di equilibrio e quelli con animali, per cui oltre il 54% del campione intervistato evidenzia un gradimento elevato. I clown, per contro, si posizionano all'ultimo posto nel gradimento del pubblico, anche se con un significativo valore intorno al 44% nelle risposte di maggior gradimento (risposte 'molto' e 'moltissimo'). A questo riguardo, tuttavia, va sottolineato che il questionario è stato posto alle sole persone maggiorenni, e dunque in qualche misura sottostima il gradimento complessivo per i numeri di clown, maggiormente apprezzati dai bambini.

4.3. La spesa

La spesa media per l'acquisto dei biglietti (comprensivi di eventuali riduzioni) è di 27,26 euro. Tuttavia, il costo dell'ingresso rappresenta solo una voce del complesso delle spese sostenute dai

⁹ Se confrontiamo questo valore con la percentuale di coloro che dichiarano di essere venuti al circo con i propri figli e/o nipoti (39,18%), esiste uno scostamento di circa 10 punti percentuali da imputarsi, in parte, a possibili errori nella compilazione del questionario da parte degli intervistati. Da qui la necessità di una certa precauzione nell'interpretazione dei risultati che verosimilmente sottostimano in parte i valori della spesa associata ai bambini.

fruitori di circo. Infatti, è necessario sommare al costo del biglietto una serie di spese complementari, da sempre fonte significativa di entrata per i circhi. La Tabella 5 riporta le intenzioni di spesa¹⁰, suddivisi tra accompagnatori di bambini e non. L'idea è di verificare se i bambini possano indurre una maggiore livello di spesa e, dunque, se i dati di spesa confermino o meno la natura di target privilegiato per gli operatori circensi.

[Tabella 5]

Per quanto concerne l'acquisto di snacks e bevande circa il 50% del campione si è dichiarato disponibile ad acquisti, con una differenza di meno di 2 punti percentuali tra accompagnatori di figli e/o nipoti e non. Anche nel caso di fotografie con animali gli individui con figli e/o nipoti dichiarano intenzioni di spesa superiori di circa 3 punti, pur registrando una sensibile riduzione della percentuale di risposte positive. Infine, nel caso di visite allo zoo, i non accompagnatori fanno registrare dei valori superiori di quasi 5 punti percentuali rispetto ai soggetti con figli e/o nipoti. Per meglio comprendere queste differenze può risultare utile discriminare tra soggetti che dichiarano di voler acquistare sia la fotografia con animali che l'ingresso allo zoo interno. La Tabella 6 riporta la composizione delle scelte di spesa per le due tipologie di spettatori.

[Tabella 6]

La percentuale di soggetti che contemporaneamente si dichiarano disposti ad acquistare una fotografia con animali e l'ingresso allo zoo interno è pressoché identica tra i due gruppi. Diversa la situazione nel caso in cui ci si limiti a singoli acquisti, siano essi la fotografia con animali o l'entrata allo zoo interno, dove emergono significative differenze tra i due gruppi.

5. Conclusioni

Nonostante il circo rappresenti una delle forme più antiche di spettacolo dal vivo, l'economia della cultura ha praticamente ignorato questo tema. Duplice la causa: da una parte lo spettacolo circense è apparso (erroneamente) marginale nel complesso delle performing arts; dall'altra l'estrema difficoltà nel reperire dati a partire dai quali effettuare delle analisi quantitative. Questo lavoro rappresenta una risposta, seppur parziale, a queste difficoltà nel reperire informazioni. Pur scontando la natura specifica della rilevazione, la possibilità di disporre di dati puntuali sugli

¹⁰ Data la natura del quesito (dichiarazione di spesa), è possibile che le risposte risentano dei limiti propri di questo tipo di formulazione (Mazzanti, 2006).

effettivi consumatori di circo consente una prima valutazione su alcune questioni di rilievo che caratterizzano la domanda di circo in Italia.

La prima questione riguarda il target. In altri termini, il circo è uno spettacolo per bambini? Le risposte a nostra disposizione sembrano indicare che seppur i bambini siano la ragione principale della presenza di una consistente parte dei soggetti intervistati, più della metà dei soggetti intervistati non si è recata al circo per accompagnare i propri figli e/o nipoti. Ci sembra di ravvisare in questo dato una tendenza importante dello spettacolo circense, che in qualche misura si sta riposizionando sul mercato in termini di pubblico potenziale. D'altro canto, le forti contaminazioni delle arti circensi in varie forme di performing arts sono servite a costruire una diffusa sensibilità dello spettatore verso questa forma di spettacolo.

Ma allora, e questa è la seconda questione, il circo deve trascurare quelli che da sempre sono stati ritenuti i suoi clienti preferenziali, cioè i bambini? Ancora una volta i dati emersi dai questionari ci possono aiutare a dare una risposta negativa al quesito, che non sia solo in termini di percezione, tanto diffusa quanto aleatoria. Oltre al già citato effetto diretto sugli ingressi, si registra un effetto indiretto sulle spese complementari. Dunque, il 'potere di spesa' del pubblico più giovane, o meglio la capacità di indurre acquisti, rappresenta una voce importante delle entrate complessive del circo, da preservare e coltivare con attenzione.

Infine, una terza questione che da un po' di anni vede schierati da una parte gli animalisti e dall'altra coloro i quali ritengono gli animali siano parte integrante dello spettacolo circense (Paladino, 1990). Senza entrare nello specifico di questa diatriba, che peraltro la normativa specifica ha regolato da tempo imponendo ai proprietari di circo misure restrittive a tutela degli animali, limitiamoci ad osservare le preferenze espresse dal pubblico e, quindi, in che misura la costruzione dello spettacolo circense debba rispondere a tali gusti. I numeri con animali registrano un elevato gradimento da parte del pubblico, con poco più del 15% che dichiara di gradire poco l'utilizzo di animali per la costruzione di numeri. Basta questo dato per superare l'annosa questione di animali sì/animali no? Forse no, ma può aiutare a comprendere come attualmente nella percezione dello spettatore gli animali siano parte integrante del circo e i lodevoli sforzi di innovare propri del circo contemporaneo (Dapporto e Sagot-Duvauroux, 2000; Serena and Ziethen, 2002; Hall, 2002; Micklem, 2006) rappresentino un futuro che se non attentamente governato rischierà di perdere le proprie radici.

Bibliografia

- Albrecht, E. (2006), *The Contemporary Circus: Art of the Spectacular*, Scarecrow Press.
- Burgess, H. (1974), The Classification of Circus Techniques, *The Drama Review* 18(1), 65-70.
- CIRM (2000), *Il Circo In Italia - Rapporto Integrato*, Ente Nazionale Circhi.
- Dapporto, E., Sagot-Duvaouroux, D. (2000), *Les arts de la rue. Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence*, Département des études et de la prospective, La documentation Française.
- Dupavillon, C. (1982), *Architectures du Cirque-des origines a nos jours*, Le Moniteur.
- European Parliament (2003), *The Situation of the Circus in the Member States of the European Union*, Studies Division, Education and Culture series.
- Hall, F. (2002), *Strategy and report on circus*, The Arts Council, England.
- HorsLesMurs (2006), *Public Policies in Favour of Street Arts and Circus Arts in Europe*, Les cahiers HorsLesMurs Special Issue.
- Mazzanti, M. (2006), *Metodi e strumenti di analisi per la valutazione economica del patrimonio culturale*, Franco Angeli.
- Micklem, D. (2006), *Circus healthcheck*, The Arts Council, England.
- Paladino, E. (1990), *Circo e Animali*, Ente Nazionale Circhi.
- Serena, A., Ziethen, K.H. (2002), *Il virtuosismo tra circo, varietà, strada e teatro contemporaneo*, Stampa Alternativa.

Tabella 1. I grandi circhi operanti in Italia (Anno 2006)

Circo	Posti a sedere (stima)	Totale Numeri in Programma	Numeri di membri della famiglia (di cui)	Giocoleria	Clown	Trapezio-Tessuto-Filo Alto	Acrobati (moto-saltatori-basculi)	Equilibristi (filo basso-manipiedi)	Animali domestici (cavalli-dromedari-cani, elefanti)	Animali non domestici	Altro	Prezzo medio ponderato* (Euro)	Prezzo medio ridotto ponderato** (Euro)
Mosca	5000	15	0	3	1	3	3	1	3	0	1	18,00	13,00
Americano	4000	16	7	2	1	2	1	1	6	2	1	21,00	13,50
Medrano	3000	16	2	2	2	1	3	1	3	2	2	24,25	16,75
Nando Orfei - Errani	2400	15	2	1	1	2	3	2	1	2	3	15,40	10,30
Embellriva	2200	13	4	0	1	2	3	0	1	3	3	15,4	10,3
Moirà	2000	12	3	1	1	2	1	1	3	2	1	21,20	14,00
Lidia Togni	1600	15	3	2	2	2	2	3	2	1	1	15,40	10,30
Stelle	1200	13	6	2	1	0	2	1	3	3	1	15,40	9,00
Praga Acquatico	1200	16	6	3	1	3	0	3	2	3	1	13,13	9,00
Bellucci	750	15	7	1	1	1	2	3	0	4	3	13,13	8.75

*Prezzo per settore (palco, poltrona, tribuna) come da listino ponderato per numero di posti per settore

** Prezzo per settore (palco, poltrona, tribuna) scontato ponderato per il numero di posti per settore.

Tabella 2. Il campione intervistato

	Frequenza	Percentuale
Sesso		
Uomo	123	45,90
Donna	143	53,36
Non risponde	2	0,75
<i>TOTALE</i>	<i>268</i>	<i>100,00</i>
Età*		
18-25	33	12,31
26-35	79	29,48
36-45	114	42,54
46-55	25	9,33
56-65	14	5,22
66 +	1	0,37
Non risponde	2	0,75
<i>TOTALE</i>	<i>268</i>	<i>100,00</i>
Occupazione		
impiegato/a	65	24,25
imprenditore/ice	35	13,06
libero/a		
professionista	37	13,81
pensionato/a	12	4,48
studente/ssa	15	5,60
operaio/a	54	20,15
altro	45	16,79
Non risponde	5	1,87
<i>TOTALE</i>	<i>268</i>	<i>100,00</i>

* Il questionario non è stato somministrato a soggetti inferiori ai 18 anni.

Tabella 3. Le motivazioni di consumo

	Frequenza	Percentuale
Per accompagnare i figli/nipoti	133	49,63
Perché mi piace	52	19,40
Perché è di moda	0	0,00
Perché ero in possesso di biglietti scontati/promozioni	16	5,97
Altro	28	10,45
Più di una risposta	30	11,19
Non risponde	9	3,36
<i>TOTALE</i>	<i>268</i>	<i>100,00</i>

Tabella 4. Le preferenze per i singoli numeri

	Trapezisti (%)		Giocoleria (%)		Equilibrisimo (%)		Clown (%)		Animali (%)	
	Totale campione	>=2 volte negli ultimi 3 anni	Totale campione	>=2 volte negli ultimi 3 anni	Totale campione	>=2 volte negli ultimi 3 anni	Totale campione	>=2 volte negli ultimi 3 anni	Totale campione	>=2 volte negli ultimi 3 anni
Poco	4,85	3,30	10,07	10,99	7,84	7,69	14,92	19,29	16,04	16,48
Abbastanza	19,03	17,58	34,70	34,07	21,64	19,78	26,12	20,88	16,79	15,38
Molto	46,27	42,86	30,97	27,47	41,04	34,07	26,50	224,18	26,49	18,68
Tantissimo	21,27	29,67	12,69	19,78	18,28	30,77	19,40	29,67	27,62	40,66
Non risponde	8,58	6,59	11,57	7,69	11,20	7,69	13,06	10,98	13,06	8,79

Tabella 5. Intenzioni di spesa complementare

	Snacks e bevande* (%)		Fotografie con animali* (%)		Visite allo zoo interno* (%)	
	Accompagnatori figli e/o nipoti	Non accompagnatori figli e/o nipoti	Accompagnatori figli e/o nipoti	Non accompagnatori figli e/o nipoti	Accompagnatori figli e/o nipoti	Non accompagnatori figli e/o nipoti
Si	51,89	50,00	16,98	14,18	19,81	24,32
No	45,28	49,32	80,19	85,14	77,36	75,00
Non risponde	2,83	0,68	2,83	0,68	2,83	0,68
<i>TOTALE</i>	<i>100,00</i>	<i>100,00</i>	<i>100,00</i>	<i>100,00</i>	<i>100,00</i>	<i>100,00</i>

* 106 accompagnatori di figli e/o nipoti; 148 non accompagnatori di figli e/o nipoti; 14 questionari non utilizzabili per questa risposta.

Tabella 6. Intenzioni di spesa complementare (dettaglio)

	Solo fotografie con animali* (%)	Solo visite allo zoo interno* (%)	Fotografie con animali + Visite allo zoo interno* (%)	Totale fotografie con animali (%)	Totale visite allo zoo interno (%)
Accompagnatore figli e/o nipoti	8,49	11,32	8,49	16,98	19,81
Non accompagnatore figli e/o nipoti	5,41	15,54	8,78	14,19	24,32

* comprensivo di coloro che acquistano anche snack

Questionario anonimo di Indagine – CIRCO BELLUCCI - Alessandria

1 - Si è recato al circo da solo?

- ☐ SI.....prosegua compilando **SOLO** la sezione **INDIVIDUO 1**
- ☐ NO.....specificare
- ☐ con gli amici (prosegua compilando **SOLO** la sezione **INDIVIDUO 1**)
 - ☐ con ragazzo/a (prosegua compilando **SOLO** la sezione **INDIVIDUO 1**)
 - ☐ con convivente/coniuge (prosegua compilando la sezione **INDIVIDUO 1** e chiedi al suo accompagnatore di compilare la sezione **INDIVIDUO 2**)
 - ☐ con figli/nipoti (prosegua compilando **SOLO** la sezione **INDIVIDUO 1**)
 - ☐ Altro (specificare: _____)

Sezione INDIVIDUO 1

2 - Qual è la sua età?

- ☐ 18-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46-55
- ☐ 56-65
- ☐ 66 +

3 - Sesso

- ☐ Uomo
- ☐ Donna

4 - Da dove proviene?

- ☐ Dalla città
- ☐ Da un comune limitrofo
- ☐ Altro

5 - Qual è il suo livello di istruzione?

- ☐ Licenza Elementare o Media
- ☐ Diploma
- ☐ Laurea

6 - Qual è la sua professione?

- ☐ Impiegato/a
- ☐ Imprenditore/ice
- ☐ Libero/a professionista
- ☐ Pensionato/a
- ☐ Studente/ssa
- ☐ Operaio/a
- ☐ Altro (specificare.....)

Sezione INDIVIDUO 2

2 - Qual è la sua età?

- ☐ 18-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46-55
- ☐ 56-65
- ☐ 66 +

3 - Sesso

- ☐ Uomo
- ☐ Donna

4 - Da dove proviene?

- ☐ Dalla città
- ☐ Da un comune limitrofo
- ☐ Altro

5 - Qual è il suo livello di istruzione?

- ☐ Licenza Elementare o Media
- ☐ Diploma
- ☐ Laurea

6 - Qual è la sua professione?

- ☐ Impiegato/a
- ☐ Imprenditore/ice
- ☐ Libero/a professionista
- ☐ Pensionato/a
- ☐ Studente/ssa
- ☐ Operaio/a
- ☐ Altro (specificare.....)

Sezione INDIVIDUO 1

7 – Negli ultimi 3 mesi, è stato al circo?

- ☐ Sì
☐ No

8 – Negli ultimi 3 anni, quante volte è stato al circo?
(ESCLUSO OGGI)

- ☐ 0
☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ Più di 3

9 – Quale ragione l'ha spinto a venire oggi al circo?

- ☐ Per accompagnare i figli /nipoti
☐ Perché mi piace
☐ Perché è di moda
☐ Perché in possesso di biglietti scontati/promozioni
☐ Altro (specificare _____)

10 - Le piace assistere alle seguenti attrazioni?

	Poco	Abbastanza	Molto	Tantissimo
Trapezisti				
Giocoleria				
Equilibrisimo				
Clown				
Animali addestrati				

11 – Pensa di acquistare alcuni di questi beni oggi? (è possibile barrare più di una risposta)

- ☐ Fotografie con animali
☐ Snacks e bevande
☐ Visite allo zoo interno
☐ Altro

12 - Quanto ha speso per recarsi al circo? (Consideri solo il prezzo dei biglietti)

- ☐ Meno di 20 €
☐ Dai 20 € ai 40 €
☐ Dai 40 € agli 80 €
☐ Oltre agli 80 €
☐ Licenza Elementare o Media
☐ Diploma
☐ Laurea

Sezione INDIVIDUO 2

7 – Negli ultimi 3 mesi, è stato al circo?

- ☐ Sì
☐ No

8 – Negli ultimi 3 anni, quante volte è stato al circo?
(ESCLUSO OGGI)

- ☐ 0
☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ Più di 3

9 – Quale ragione l'ha spinto a venire oggi al circo?

- ☐ Per accompagnare i figli /nipoti
☐ Perché mi piace
☐ Perché è di moda
☐ Perché in possesso di biglietti scontati/promozioni
☐ Altro (specificare _____)

10 - Le piace assistere alle seguenti attrazioni?

	Poco	Abbastanza	Molto	Tantissimo
Trapezisti				
Giocoleria				
Equilibrisimo				
Clown				
Animali addestrati				

11 – Pensa di acquistare alcuni di questi beni oggi? (è possibile barrare più di una risposta)

- ☐ Fotografie con animali
☐ Snacks e bevande
☐ Visite allo zoo interno
☐ Altro

12 - Quanto ha speso per recarsi al circo? (Consideri solo il prezzo dei biglietti)

- ☐ Meno di 20 €
☐ Dai 20 € ai 40 €
☐ Dai 40 € agli 80 €
☐ Oltre agli 80 €
☐ Licenza Elementare o Media
☐ Diploma
☐ Laurea